

## ОТРАЖЕНИЕ УКРАИНСКОГО КОНФЛИКТА В РОССИЙСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

**Кузнецов, А. Ю.**

*Кандидат философских наук, доцент,  
Уральский Федеральный университет  
Екатеринбург, Россия  
[kuznetsov0403@mail.ru](mailto:kuznetsov0403@mail.ru)*

**Доможирова, Н. К.**

*Студент департамента политологии и социологии,  
Уральский Федеральный университет  
Екатеринбург, Россия  
[domozhirova.nata1996@yandex.ru](mailto:domozhirova.nata1996@yandex.ru)*

## REFLECTION OF THE UKRAINIAN CONFLICT IN RUSSIAN MASS MEDIA

**Kuznetsov, A.**

*The candidate of philosophical sciences,  
Associate Professor, Ural Federal University  
Yekaterinburg, Russia  
[kuznetsov0403@mail.ru](mailto:kuznetsov0403@mail.ru)*

**Domozhirova, N.**

*The student of department of political and social sciences,  
Ural Federal University  
Yekaterinburg, Russia  
[domozhirova.nata1996@yandex.ru](mailto:domozhirova.nata1996@yandex.ru)*

### **Аннотация**

В статье говорится о социально-политическом конфликте в Украине и рассматривается использование информации о нем в СМИ как новом способе воздействия на массовое сознание общества, а также раскрывается понятие «информационная война». Дается характеристика отражения украинского

конфликта на федеральном, оппозиционном и патриотическом телеканалах в предвыборный (лето-осень 2016 года) и обычный периоды (осень-зима 2016 года).

### **Annotation**

The article talks about the socio-political conflict in Ukraine and considers the use of media information about it as a new type of impact to the mass consciousness of the society, as well as the notion of "information war". The characteristics of the reflection of the Ukrainian conflict on the federal, opposition and patriotic TV channels in the pre-election (summer-autumn of 2016) and usual periods (autumn-winter of 2016) are given.

**Ключевые слова:** информация, информационная война, украинский социально-политический конфликт, контент-анализ, СМИ, Россия, Украина.

**Keywords:** information, information war, Ukrainian socio-political conflict, content analysis, mass media, Russia, Ukraine.

Современный человек практически постоянно получает колоссальный объем информации, из различных источников: радио, телевидения, социальных сетей, информационных агентств, периодических печатных изданий и других. Уже во второй половине XX века средства массовой информации играли решающую роль в формировании массового сознания [3], тем более велико их значение сегодня. Ту информацию, которая относится к нам лично, мы обрабатываем самостоятельно, но для ориентации в глобальной сфере политических и социально значимых событий, человек привычно обращается к СМИ. Они призваны акцентировать внимание только на том, что действительно важно, становясь призмой, через которую человек смотрит на мир, поэтому необходимо контролировать достоверность и актуальность транслируемой ими информации.

Еще с момента появления человеческого общества информация могла влиять на разум и эмоции человека посредством мифов, сказаний, стереотипов. Современный же этап развития человеческого общества

характеризуется появлением такого феномена, как информационная война. Под информационной войной обычно понимают, во-первых, военное противоборство или действия, предпринимаемые для нанесения ущерба информационным системам и ресурсам с целью получения информационного превосходства, во-вторых, информационно-психологическую войну, которая предполагает воздействие на общественное сознание таким образом, чтобы заставить людей действовать даже в ущерб своим собственным интересам. Вообще, современные войны протекают не только на полях сражений, зачастую победа в виртуальном пространстве становится куда важнее победы, одержанной непосредственно на поле боя, поэтому СМИ становятся основным оружием в информационных войнах. Чаще всего СМИ прибегают к использованию компрометирующей информации для создания отрицательного образа политика или государства, доводя до аудитории специально подобранные негативные сведения о том или ином явлении при помощи массового выпуска специализированных передач и программ на радио, телевидении, рубрик и материалов в прессе и Интернете [6].

На сегодняшний момент, именно тема украинского конфликта остается актуальной для обсуждения как российскими, так и мировыми СМИ. Произошедшие события отразились на гражданах нашей страны, мы ощутили на себе воздействие санкций со стороны западных стран, поэтому стало важным получение всесторонней информации и понимание всех аспектов протекания этих политических процессов. В социально-политическом конфликте в Украине были заинтересованы огромные массы людей из самых разных социальных слоев, защищающие свои политические интересы. Он длится уже более четырех лет, и к нему не просто привлечено внимание широкой общественности, в него в той или иной форме оказались втянутыми разные страны и прежде всего Россия. Украинский конфликт уже привел к кардинальному пересмотру характера отношений между Россией и Украиной. За короткий, по историческим меркам, период, пережив ряд

потрясений, соседнее государство трансформировалась из дружественной, «братской» страны во враждебную. И здесь уже затрагиваются не только внутренние интересы разных социальных групп и общностей непосредственно вовлеченных в конфликт. Все это актуализирует проблему особенно для студенческой молодежи, политические ценности и позиции которой находятся в стадии формирования [5].

В связи с этим мы посчитали необходимым рассмотреть отражение социально-политического конфликта в Украине в российских средствах массовой информации для характеристики их роли в формировании отношения студенческой молодежи Екатеринбургских вузов к конфликту в Украине, несмотря на отмечаемый многими местными исследователями «сдвиг показателей в сторону снижения политической активности молодежи» [ 4, 72].

По результатам проведенного ранее опроса студентов Екатеринбурга основным источником информации для них о ситуации, складывающейся на территории Украины, после социальных сетей, выступает телевидение, что подтверждается и данными наших коллег [2]. В качестве объективного обозревателя не только политической жизни нашей страны, но и других государств, стремится предстать перед аудиторией каждый информационный канал. Однако стоит понимать, что телевидение является одним из самых влиятельных инструментов в манипулировании общественным мнением в руках как правительства так и негосударственных акторов политического процесса. Для анализа были отобраны следующие объекты исследования: новостные и политические программы на Первом телеканале, информационном телеканале «Дождь», телеканале «Красная линия» за периоды лета-осени 2016 года, осени-зимы 2016 годы, осени-зимы 2017 года. Указанные телеканалы были отобраны по следующим характеристикам. «Первый» – телеканал озвучивающий официальную правительственную точку зрения, новостной рейтинг которого чаще всего занимал лидирующие позиции. «Дождь» – оппозиционный, либеральный информационный

телеканал, «Красная линия» – оппозиционный патриотический телеканал Коммунистической партии Российской Федерации.

В качестве метода исследования вторичных источников мы выбрали именно контент-анализ новостных телепередач и тематически акцентированных политических программ, так как цель нашего исследования заключалась в выявлении информационного сигнала, содержащегося в новостных, политических телепередачах на ранее отобранных нами телеканалах. Для этого был разработан специальный кодификатор, который содержал следующие положения:

- транслируемый образ украинской власти и образ украинского народа
- изображаемый образ отношения стран Запада к Украине
- характеристика отношений между Россией и Украиной
- характеристика отношений между Россией и ЛНР, ДНР
- транслируемый образ России
- предлагаемый способ решения конфликта.

Нами было проанализировано 494 информационных сообщения, касающихся украинского конфликта. Мы пытались максимально полно охватить новостные передачи и тематические политические программы, так или иначе касающиеся украинского конфликта. Обратимся подробнее к результатам исследования, подтвердившим или опровергнувшим, выдвинутые гипотезы.

Мы предполагали, что в предвыборный период частота упоминания социально-политического конфликта в Украине повышается, и наше предположение полностью подтвердилось.

Доля передач в предвыборный период (лето-осень 2016 года), посвященных украинской проблематике, выше, чем в обычный (осень-зима 2016 года). Так, в предвыборный период теме украинского конфликта на «Первом» телеканале было посвящено 63,75% новостных передач, а в обычный – 56,96%, а также украинской теме было посвящено 32,6% тематически акцентированных политических программ в предвыборный

период, а в обычный – 17,54%. Что касается телеканала «Красная линия», то в предвыборный период конфликту в Украине было посвящено 20,69% новостных передач, а в обычный – 5,66%. То же прослеживается и в политических программах: в предвыборный период украинскому конфликту было посвящено 12,5% передач, а в обычный – 9,3%. На телеканале «Дождь» кризису в Украине в предвыборный период было уделено 2,2% новостных сообщений, а в обычный – 1,62%. Полученный вывод мы объясняем тем, что «информационным шумом» пытаются отвлечь российское общество от собственных внутригосударственных проблем, предостеречь от организации собственного майдана.

Также нам удалось установить, что отражение украинского конфликта на телеканале «Дождь» отличается от тех образов, которые преподносят телеканалы «Первый» и «Красная линия».

Так, в предвыборный период на телеканале «Дождь» образ украинской власти представлен как реально действующей прежде всего в интересах украинского народа в 58,54% случаях, тогда как на телеканалах «Первый» и «Красная линия» в этот же период 3,75% и 0% соответственно. Вдобавок образ стран Запада в отношении Украины представлен как образ искренних друзей в 72,41% случаях, тогда как на «Первом» - 27%, а на «Красной линии» - 25%. Далее, Россия представлена как страна-агрессор в 46,58% случаях на «Дожде», тогда как на телеканале «Красная линия» в 7,69% и на телеканале «Первый» в 6,94% случаях. Также в указанный период присутствуют различия с телеканалом «Красная линия»: образ украинского народа в 50% случаях представлен и как хозяина положения, так и жертвы ситуации, а методом разрешения конфликта является вооруженное урегулирование в 53,85% случаях.

Что касается обычного периода, то на телеканале «Дождь» образ стран Запада в отношении Украины представлен как искренних друзей в 62,5% случаях, тогда как на «Первом» - в 2,56% случаях, а на телеканале «Красная линия» - 0%, а также образ России представлен как образ страны-агрессора в

56,52% сообщений на телеканале «Дождь», тогда как на «Первом» в 7,69% случаях, а на телеканале «Красная линия» - в 0%. Полученный результат мы можем объяснить наличием пропаганды на федеральном и патриотическом каналах, тогда как независимый информационный телевизионный канал в данной деятельности уличен нами не был.

При всем при этом отражение украинского конфликта, транслируемое новостными и тематическими политическими программами на российском телевидении, практически не изменяется в обычный период лета-осени 2016 года и предвыборный период осени-зимы 2016 года: в предвыборный период образы украинской государственной власти и украинского народа, в целом, не носят более негативный характер, чем в обычный период, а образ России и отношения России и ЛНР, ДНР не носят в заметной мере более положительный. Мы объясняем это тем, что влияние внешних (внегосударственных) факторов на формирование политических ориентаций избирателей имеет достаточно слабое влияние.

В перспективе для дальнейшей разработки данной темы исследования нами будет произведен анализ новостных телепередач и тематических политических программ на указанных ранее телеканалах в предвыборный период 2018 года (президентские выборы в РФ 18 марта 2018г.) и сопоставление полученных результатов с уже имеющимися для того, чтобы подтвердить использование «информационного шума» вокруг украинского конфликта с целью отвлечения внимания манипулируемого электората от существующих внутригосударственных проблем. Будут сопоставлены и результаты этих исследований с ранее опубликованными нами данными [2] и работами наших коллег.

### **Список литературы**

1. Корнильцева Е. Г. Динамика жизненных предпочтений россиян в зеркале общественного мнения / Е. Г. Корнильцева // Морская отрасль в контексте социальных процессов: технологии, риски, ценности Материалы III

Международной научно-практической конференции. Издательство: ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет» (Керчь) 2015. С. 28-33.

2. Корнильцева Е. Г. Электоральная социология С.М. Липсета / Е. Г. Корнильцева, А. Ю. Кузнецов, И. Е. Левченко // Дискуссия. 2016. №10 (73). С. 79-84.

3. Кузнецов А. Ю. Политика и средства массовой информации (СМИ) / А. Ю. Кузнецов // Политика &... Екатеринбург, 2001. С. 122-137.

4. Пьяных Е. П. Ценностные ориентации молодежи / Е. П. Пьяных, М. Г. Тарасян, И. В. Неуймина // Вестник Уральского государственного университета путей сообщения. 2013. № 3 (19). С. 72-84.

5. Пьяных Е. П. Жизненные цели современной студенческой молодежи / Е. П. Пьяных, М. Г. Тарасян, И. В. Неуймина // Бюллетень научных работ Брянского филиала МИИТ. 2013. №2 (4). С. 105-109.

6. Резниченко Д. В. Приемы информационных войн в современных СМИ (на примере политического конфликта России и Украины в 2014-2015 гг.) / Д. В. Резниченко, Я. В. Каштальянова // Дискурс-Пи. 2016. Т. 13. №1. С. 18-26.